

INDICE

Prefazione, di *Corrado Passera* pag. 9

Parte prima **Il modello analitico-interpretativo**

- 1. Introduzione**, di *Riccardo Varaldo* » 13
- 2. Il gruppo di lavoro, la ricerca, le imprese**, di *Daniele Dalli* » 21
- 3. L'imprenditorialità**, di *Daniele Dalli* » 29
 1. La stabilità del nucleo imprenditoriale » 31
 2. L'apertura al management » 41
 3. La struttura finanziaria in transizione » 45
 4. La tensione alla crescita » 49
 5. Una visione di sintesi » 53
- 4. La competitività**, di *Riccardo Resciniti* » 56
 1. La focalizzazione dinamica » 58
 2. L'orientamento all'innovazione » 66
 3. L'adattamento e la personalizzazione del prodotto » 76
 4. Il presidio del mercato » 82
 5. Una visione di sintesi » 94
- 5. L'organizzazione**, di *Annalisa Tunisini* » 98
 1. La media impresa e la rete » 100

2. Il legame rinnovato con il territorio	pag. 118
3. La flessibilità delle formule organizzative	» 125
4. Una visione di sintesi	» 131
6. L'internazionalizzazione , di <i>Riccardo Resciniti e Annalisa Tunisini</i>	» 134
1. La media impresa tra locale e globale	» 134
2. I modelli di internazionalizzazione	» 135
3. Le modalità di attuazione	» 145
4. Una visione di sintesi	» 146
7. Conclusioni , di <i>Daniela Dalli, Riccardo Resciniti e Annalisa Tunisini</i>	» 148
1. Tratti caratteristici delle medie imprese virtuose	» 148
2. Gli elementi di valore delle medie imprese emergenti	» 157
3. Quale futuro?	» 158
Bibliografia	» 163

Parte seconda Casi di studio

1. Crescita qualitativa e focalizzazione strategica: Altana , di <i>Leonardo Buzzavo e Andrea Sponza</i>	» 171
2. Strategie di nicchia per la media impresa: Art Ceram , di <i>Alberto Mattiacci e Barbara Aquilani</i>	» 184
3. Progettazione, immagine e competenze integrative: Baglietto , di <i>Nicoletta Buratti, Alberto Quagli e Roberta Scarsi</i>	» 201
4. Crescita e diversificazione: Bolici , di <i>Matteo G. Caroli e Enzo Peruffo</i>	» 221
5. Strategie di creazione del valore: Calligaris , di <i>Giovanna Pegan e Claudio Sambri</i>	» 238

6. Sintonia d'impresa e di mercato: Cobra , di <i>Renato Fiocca e Loretta Battaglia</i>	pag. 255
7. Il fenomeno spin-off nell'high-tech: El.En. , di <i>Giuseppe Turchetti, Ilaria Palla, Andrea Piccaluga e Amedeo Primiceri</i>	» 272
8. Medie imprese di successo nell'alta tecnologia: Esaote , di <i>Gianni Cozzi e Cinzia Panero</i>	» 287
9. Crescere rimanendo piccoli: Gruppo Italiano Vini , di <i>Paola Signori, Barbara Gaudenzi e Ivan Russo</i>	» 303
10. Percorsi di configurazione e modelli di business: Harmont & Blaine , di <i>Cristina Mele e Maria Colurcio</i>	» 321
11. L'innovazione tecnologica mirata alla soddisfazione del cliente: Inglass , di <i>Giuseppe Volpato e Andrea Stocchetti</i>	» 342
12. Processi di internazionalizzazione: Iseo Serrature , di <i>Giuseppe Bertoli e Anna Codini</i>	» 361
13. La configurazione per la crescita rapida: Kuvera , di <i>Alessandra De Chiara e Tiziana Russo Spina</i>	» 377
14. La crescita dimensionale in un mercato di nicchia: Lacote , di <i>Veronica Gabrielli, Marina Vignola, Ilaria Baghi e Patrizia Vecchi</i>	» 395
15. Dal distretto alla rete transnazionale: Manas , di <i>Elena Cedrola e Chiara Cantù</i>	» 411
16. Innovazione e crescita nei settori tradizionali: Margaritelli , di <i>Luca Ferrucci e Antonio Picciotti</i>	» 427
17. Modelli imprenditoriali e strategie di marketing: Miniconf e Monnalisa , di <i>Lorenzo Zanni e Christian Simoni</i>	» 444
18. Strategie di nicchia e rapporti con il mercato: Modiano , di <i>Patrizia de Luca</i>	» 464

19. Le dimensioni della crescita aziendale: Morellato-Sector , di <i>Romano Cappellari e Roberto Grandinetti</i>	pag. 480
20. Strategie innovative e sviluppo commerciale: Nuova Simonelli , di <i>Sergio Silvestrelli e Federica Pascucci</i>	» 495
21. La transizione verso il lusso: Cesare Paciotti , di <i>Gian Luca Gregori e Silvio Cardinali</i>	» 513
22. Modelli di business, branding e relazioni di fornitura: Patrizia Pepe Firenze , di <i>Simone Guercini e Andrea Runfola</i>	» 528
23. La media impresa tra imprenditorialità e consolidamento manageriale: Pershing , di <i>Giorgia Arteconi, Giancarlo Ferrero e Fulvio Fortezza</i>	» 544
24. Strategie competitive in business maturi: F.Ili Pinna , di <i>Simona Romani e Daniele Porcheddu</i>	» 562
25. Strategie competitive tra innovazione e internazionalizzazione: Gruppo Principe , di <i>Vladimir Nanut e Donata Vianelli</i>	» 577
26. Tra innovazione e responsabilità sociale d'impresa: Robur , di <i>Roberta Sebastiani e Francesca Montagnini</i>	» 592
27. Competitività e valore per il cliente: Snaidero , di <i>Maria Chiarvesio e Raffaella Tabacco</i>	» 606
28. Il ruolo del gruppo per la competitività internazionale: Sorbini , di <i>Alessandro Pagano e Annalisa Tunisini</i>	» 620
29. Sfide competitive nei settori tradizionali: Technotiles , di <i>Riccardo Lanzara e Antonella Angelini</i>	» 635
Bibliografia	» 653
Gli autori	» 681